E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 796-817
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2026

Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile Pada Pelanggan Pascabayar Di Wilayah PLN ULP Matangglumpangdua

Muhammad Haiqal[1], Denny Firmansyah[2]
[1,2]Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh
e-mail: [1]haiqalhiq01@gmail.com, [2]Manggislangsa@gmail.com

ABSTRAK

Pengembangan layanan digital melalui aplikasi memiliki potensi besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Namun, apabila belum dimanfaatkan secara optimal dapat mengurangi efektivitas transformasi layanan berbasis digital. Kondisi ini terlihat pada penggunaan aplikasi PLN Mobile oleh pelanggan pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi PLN Mobile pada pelanggan pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan pascabayar sebagai responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan diperoleh model regresi yaitu $Y = 1{,}589 + 0{,}176X_1 + 2{,}743X_2$, dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,419, menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi PLN Mobile. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki peran yang lebih dominan daripada persepsi manfaat dalam meningkatkan minat pelanggan menggunakan layanan digital PLN Mobile.

Kata kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Menggunakan, PLN Mobile

ABSTRACT

The development of digital services through mobile applications has great potential to improve the quality of customer service. However, if not optimally utilized, it may reduce the effectiveness of digital service transformation. This condition is reflected in the use of the PLN Mobile application by postpaid customers in the PLN ULP Matangglumpangdua service area. This study aims to determine the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on the intention to use the PLN Mobile application among postpaid customers in the PLN ULP Matangglumpangdua service area. This study employed a quantitative method with an associative approach by distributing questionnaires to 100 postpaid customers as respondents. Data were analyzed using multiple linear regression, resulting in the regression model Y = 1.589 + 0.176X_1 + 2.743X_2, with an Adjusted R Square value of 0.419, indicating that perceived usefulness has a positive and significant effect on the intention to use the PLN Mobile application. The findings also reveal that perceived ease of use plays a more dominant role than perceived usefulness in increasing customers' intention to use the PLN Mobile digital service.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use. PLN Mobile*

Pendahuluan (*Introduction*)

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem pelayanan publik yang semakin mengarah pada pemanfaatan layanan digital. Pada awal Oktober 2025, jumlah pengguna internet global mencapai sekitar 6,04 miliar jiwa atau 73,2% dari total populasi dunia (DataReportal, 2025). Di Indonesia, perkembangan tersebut juga menunjukkan tren yang positif dengan jumlah pengguna internet mencapai 229 juta jiwa atau setara dengan 80,66% dari total populasi (APJII, 2025). Tingginya penetrasi internet mendorong berbagai sektor untuk melakukan digitalisasi layanan guna meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kemudahan akses bagi masyarakat, termasuk pada sektor utilitas yang memiliki peran strategis dalam menunjang aktivitas ekonomi dan pelayanan publik.

Dalam konteks perusahaan, transformasi digital dipahami sebagai proses pengintegrasian teknologi digital ke seluruh aspek organisasi yang secara mendasar mengubah cara

perusahaan beroperasi serta menciptakan nilai bagi pelanggan (Syafika & Antonio, 2024). Pergeseran menuju digitalisasi ini mencerminkan perubahan paradigma pelayanan publik dari sistem konvensional ke sistem modern yang menempatkan kemudahan, efektivitas, dan kecepatan sebagai prioritas utama, sehingga mendorong perusahaan mengadopsi platform digital untuk menyederhanakan akses layanan.

Sebagai perusahaan penyedia tenaga listrik nasional, PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) terus melakukan transformasi digital melalui pengembangan aplikasi PLN Mobile yang menyediakan berbagai layanan kelistrikan dalam satu platform, seperti pembayaran tagihan, pembelian token, pengajuan layanan, pelaporan gangguan, hingga pemantauan penggunaan listrik secara mandiri. PLN Mobile menyediakan beragam kemudahan layanan yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus datang langsung ke kantor PLN (Febyola et al., 2025). Kehadiran aplikasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memperkuat interaksi digital antara perusahaan dan pelanggan.

Namun, implementasi layanan digital tidak selalu diikuti dengan tingginya minat penggunaan karena keputusan pelanggan dalam memanfaatkan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi terhadap manfaat dan kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi tersebut. Perbedaan karakteristik pengguna, tingkat literasi digital, serta kondisi sosial pada setiap wilayah pelayanan memungkinkan terbentuknya persepsi yang berbeda terhadap suatu aplikasi sehingga penelitian pada konteks lokal menjadi penting untuk dilakukan.

Wilayah PLN Unit Layanan Pelanggan (ULP) Matangglumpangdua dipilih karena memiliki pelanggan pascabayar dengan karakteristik yang beragam dan sebagian pelanggan telah mengimplementasikan layanan digital PLN Mobile. Berdasarkan data AP2T PT PLN (2025) per Desember 2025, di wilayah ULP Matangglumpangdua terdapat 15.860 pelanggan prabayar dan 8.970 pelanggan pascabayar.

Berdasarkan observasi awal, masih banyak ditemukan pelanggan pascabayar yang belum memanfaatkan aplikasi PLN Mobile dan tetap memilih melakukan pembayaran tagihan listrik melalui loket atau agen perbankan. Sikap tersebut mengakibatkan keterlambatan pembayaran

tagihan listrik hingga melampaui batas waktu yang telah ditentukan. Situasi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ketersediaan layanan digital dengan perilaku aktual pelanggan dalam memanfaatkan aplikasi PLN Mobile.

Dalam perspektif *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein & Ajzen (1977), fenomena tersebut menunjukkan penerimaan atau penolakan terhadap suatu sistem atau teknologi ditetapkan oleh kecanggihan fitur yang dimilikinya sekaligus oleh cara individu mempersepsikan, menilai, dan merespons manfaat teknologi tersebut, serta pengaruh lingkungan sosial dalam membentuk keputusan pada aktivitas sehari-hari.

Schiffman & Wisenblit (2019) mengungkapkan bahwasanya persepsi adalah proses penetapan, pengorganisasian, beserta interpretasi stimulus oleh seseorang sehingga membentuk gambaran subjektif mengenai suatu objek. Sejalan dengan pandangan tersebut, Tjiptono & Diana (2019) juga menekankan bahwa persepsi pelanggan terhadap nilai dan kemudahan suatu layanan berperan penting dalam menentukan kesediaan pelanggan untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Sehingga minat penggunaan bisa dijadikan langkah pertama dalam adopsi teknologi dikarenakan teknologi tersebut tidak akan diadopsi ketika pengguna tidak berniat untuk memanfaatkannya (Lee & Wella, 2018).

Pandangan-pandangan tersebut berkaitan erat dengan Technology Acceptance Model (TAM) dimana persepsi manfaat (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) akan memengaruhi niat individu untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989).

Dalam kerangka TAM, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan akan memengaruhi minat penggunaan (behavioral intention to use), yaitu kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi pada masa mendatang (Robbie & Lutfi, 2021). Orang lebih cenderung mengadopsi teknologi ketika mereka berpikir teknologi tersebut akan membantu penyelesaian tugas ataupun perwujudan tujuan mereka (Hantono et al., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Ilham dan Zarnelly (2021) membuktikan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan

berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi PLN Mobile. Penelitian Irawan dan Utamajaya (2024)dan penelitian Angga dkk. (2025) juga menemukan adanya pengaruh positif kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pengguna.

Sebaliknya, Hamzah dan Irawan (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan aktual aplikasi. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan masih adanya kesenjangan empiris mengenai konsistensi pengaruh kedua variabel dalam konteks layanan digital PLN.

Tinjauan Literatur (*Literature Review*)

a) Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan

Persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja dan produktivitasnya (Davis, 1989; dikutip kembali oleh Adelia dkk. (2025)). Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk menerima dan menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Wicaksono (2022), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi persepsi manfaat pengguna terhadap suatu teknologi, yaitu 1) efektivitas teknologi, 2) keuntungan teknologi, 3) keterkaitan teknologi dengan tugas, dan 4) relevansi teknologi.

Efektivitas teknologi mencerminkan kemampuan teknologi dalam memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan pengguna, yang dipengaruhi oleh kualitas sistem, kelengkapan fitur, kinerja yang stabil, dukungan teknis, ketersediaan perangkat pendukung, serta kemampuannya menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, persepsi manfaat juga dipengaruhi oleh keuntungan yang diperoleh, seperti penghematan biaya, efisiensi waktu, peningkatan produktivitas, pengurangan kesalahan kerja, serta kemudahan dalam mengakses informasi, layanan, dan transaksi.

Faktor berikutnya adalah keterkaitan teknologi dengan tugas, yaitu sejauh mana teknologi mampu mendukung penyelesaian pekerjaan secara lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selanjutnya, relevansi teknologi juga berperan penting, karena teknologi yang

sesuai dengan kebutuhan, memiliki fitur yang mendukung aktivitas, serta mudah diakses akan lebih mudah diterima dan dianggap bermanfaat. Oleh karena itu, semakin tinggi efektivitas, keuntungan, keterkaitan dengan tugas, dan relevansi suatu teknologi, semakin tinggi pula persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

Indikator persepsi manfaat dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu: 1) meningkatkan produktivitas individu; 2) meningkatkan efektivitas kerja; 3) mengurangi waktu transaksi; dan 4) memberikan manfaat bagi pengguna. Indikator-indikator tersebut menggambarkan tingkat keyakinan pengguna terhadap kegunaan suatu sistem dalam mendukung aktivitasnya (Farmania & Elsyah, 2022).

b) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan

Persepsi kemudahan penggunaan juga memiliki peran penting dalam menentukan penerimaan teknologi. Menurut Davis dalam (Marey & Purwanto, 2020), persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Mujahidin & Astuti (2020) menambahkan bahwa persepsi ini berkaitan dengan penilaian subjektif individu mengenai kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan suatu sistem.

Menurut Wicaksono (2022), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi, yaitu 1) kemudahan belajar, 2) kemudahan penggunaan, 3) ketersediaan dukungan teknis, dan 4) ketersediaan sumber daya.

Kemudahan belajar mencerminkan tingkat kemudahan pengguna dalam memahami cara kerja teknologi sejak pertama kali digunakan, yang didukung oleh desain antarmuka yang sederhana, instruksi yang jelas, serta alur penggunaan yang logis sehingga dapat mengurangi kesulitan pada tahap awal penggunaan. Setelah pengguna memahami cara kerja sistem, persepsi kemudahan penggunaan juga dipengaruhi oleh kemudahan dalam mengoperasikan teknologi, seperti kemudahan navigasi, kejelasan menu, dan konsistensi fungsi yang tersedia, sehingga dapat mempercepat penyelesaian tugas dan meminimalkan kesalahan.

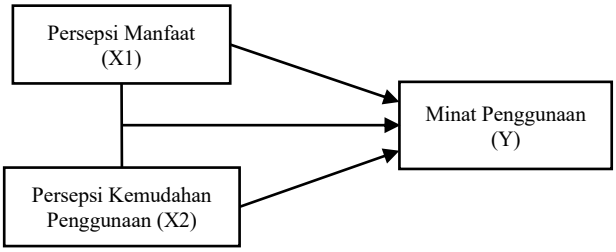
Selain itu, ketersediaan dukungan teknis menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan pengguna melalui adanya layanan bantuan, panduan penggunaan, pusat layanan, serta respons yang cepat terhadap permasalahan yang dihadapi. Faktor berikutnya adalah ketersediaan sumber daya pendukung, yang meliputi perangkat keras, perangkat lunak, dan koneksi internet yang memadai untuk menunjang penggunaan teknologi secara optimal. Apabila sumber daya tersebut tersedia dengan baik, pengguna akan lebih mudah memanfaatkan teknologi tanpa mengalami hambatan yang berarti.

Indikator persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu: 1) mudah dipelajari dan dimengerti; 2) mampu mengontrol pekerjaan; 3) fleksibel; dan 4) mudah dikuasai dan digunakan. Indikator-indikator tersebut menggambarkan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam memahami, mengoperasikan, serta memanfaatkan suatu sistem untuk mendukung aktivitasnya (Hamzah & Irawan, 2023).

Metode (*Methodology*)

a) Metode yang digunakan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif melalui penyebaran kuesioner. Pendekatan ini dipilih karena mampu menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh dari responden (Sugiyono, 2023). Penelitian difokuskan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi PLN Mobile pada pelanggan pascabayar.



Gambar 1. Kerangka Hipotesis Penelitian

b) Populasi dan Sampel (Objek Penelitian)

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan pascabayar PLN ULP Matangglumpangdua yang berjumlah 8.970 pelanggan berdasarkan data per Desember 2025. Sampel ditentukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu responden yang merupakan pelanggan pascabayar aktif, terdaftar di wilayah kerja PLN ULP Matangglumpangdua, dan telah menggunakan layanan pascabayar minimal enam bulan. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan sebesar 10% sehingga diperoleh 98,9 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

c) Definisi Operasional Variabel

Penelitian dengan variabel terpilih dikonsepkan sebagai berikut;

Tabel 1. Operasional Variabel dan Dimensi

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Manfaat (X_1)	Persepsi manfaat adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa pekerjaan mereka bisa ditingkatkan oleh pemanfaatan suatu sistem atau aplikasi (Davis, 1989; dikutip kembali oleh Adelia dkk., 2025)	1. Produktivitas kerja 2. Efektivitas penggunaan 3. Efisiensi waktu 4. Manfaat yang dirasakan

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_2)	Persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem tidak membutuhkan usaha yang besar, baik secara fisik maupun mental. (Venkatesh & Davis, 1996; diperkuat oleh Chen et al., 2025).	1. Kemudahan pembelajaran 2. Kendali penggunaan 3. Fleksibilitas sistem 4. Kemudahan pengoperasian
Minat Penggunaan (Y)	Minat Penggunaan merupakan kehendak atau niat seseorang untuk terus memanfaatkan suatu teknologi atau aplikasi dalam jangka waktu tertentu. (Ajzen, 1991; diperbarui dalam konteks adopsi digital oleh Rachman & Umniati, 2025)	1. Penggunaan Berkelanjutan 2. Rekomendasi 3. Eksplorasi fitur

Hasil dan Pembahasan (*Results and Discussion*)

Hasil Deskripsi Karakteristik Responden

Dari 100 responden pelanggan pascabayar PLN Matangglumpangdua yang dijadikan sampel penelitian, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 60 orang (60%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 40 orang (40%). Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang 30–45 tahun sebanyak 48 orang (48%), diikuti usia 14–29 tahun sebanyak 32 orang (32%), usia 46–61 tahun sebanyak 17 orang (17%), dan usia 62–80 tahun sebanyak 3 orang (3%). Dari segi pendidikan, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 60 orang (60%), diikuti SMA/sederajat sebanyak 30 orang (30%), Diploma (D2/D3) sebanyak 4 orang (4%), serta SD/sederajat, SMP/sederajat, dan Pascasarjana (S2/S3) yang masing-masing berjumlah 2 orang (2%).

Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh Pegawai Negeri/Swasta sebanyak 34 orang (34%), diikuti Mahasiswa sebanyak 27 orang (27%), Ibu Rumah Tangga dan Petani masing-

masing sebanyak 12 orang (12%), serta Wirausaha sebesar 11%, sedangkan sisanya berprofesi sebagai Dosen, PPPK, dan Pensiunan. Sementara itu, berdasarkan pengalaman penggunaan aplikasi PLN Mobile, sebagian besar responden belum pernah menggunakan aplikasi tersebut, yaitu sebanyak 42 orang (42%), sedangkan responden yang sering menggunakan berjumlah 32 orang (32%) dan yang pernah menggunakan sebanyak 26 orang (26%).

Komposisi ini menunjukkan bahwa responden berasal dari kelompok masyarakat dengan karakteristik yang beragam dalam hal demografi, pendidikan, pekerjaan, dan pengalaman penggunaan aplikasi, sehingga dinilai mampu memberikan gambaran mengenai persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, serta minat menggunakan aplikasi PLN Mobile pada konteks wilayah penelitian.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data melalui kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya guna memastikan ketepatan dan konsistensi pengukuran.

Hasil pengujian terhadap tiga variabel penelitian ditampilkan sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keputusan
Minat Menggunakan (Y)	Penggunaan Berkelanjutan	0,924	0, 1966	0,000	Valid
	Rekomendasi	0,930	0, 1966	0,000	Valid
	Eksplorasi fitur	0,932	0, 1966	0,000	Valid
Persepsi Manfaat (X_1)	Produktivitas kerja	0,940	0, 1966	0,000	Valid
	Efektivitas penggunaan	0,916	0, 1966	0,000	Valid
	Efisiensi waktu	0,919	0, 1966	0,000	Valid
	Manfaat yang dirasakan	0,951	0, 1966	0,000	Valid

Persepsi Kemudahan (X_2)	Kemudahan pembelajaran	0,967	0, 1966	0,000	Valid
	Kendali penggunaan	0,947	0, 1966	0,000	Valid
	Fleksibilitas sistem	0,942	0, 1966	0,000	Valid
	Kemudahan pengoperasian	0,936	0, 1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Olahan SPSS (2025)

Seluruh indikator pada variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Minat Menggunakan memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel (0,1966) dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga dinyatakan valid.

Kemudian dilakukan uji kehandalan atau reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2021). Hasil uji reliabilitas seluruh variabel penelitian ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Responden	Butir Pernyataan	*Cronbach's Alpha*	Nilai Alpha
Persepsi Manfaat (X_1)	100	4	0,949	0,60
Persepsi Kemudahan (X_2)	100	4	0,962	0,60
Minat Menggunakan (Y)	100	3	0,919	0,60

Sumber: Data Primer Olahan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel adalah Persepsi Manfaat (0,949), Persepsi Kemudahan (0,962), dan Minat Menggunakan (0,919) yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang dilakukan mencakup tiga pengujian utama, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters [a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76503206
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer Olahan SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas, residual model diuji menggunakan Kolmogorov–Smirnov test. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,177 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji bahwa tidak adanya korelasi antar variabel independen pada model regresi yang dapat memengaruhi hasil analisis regresi.

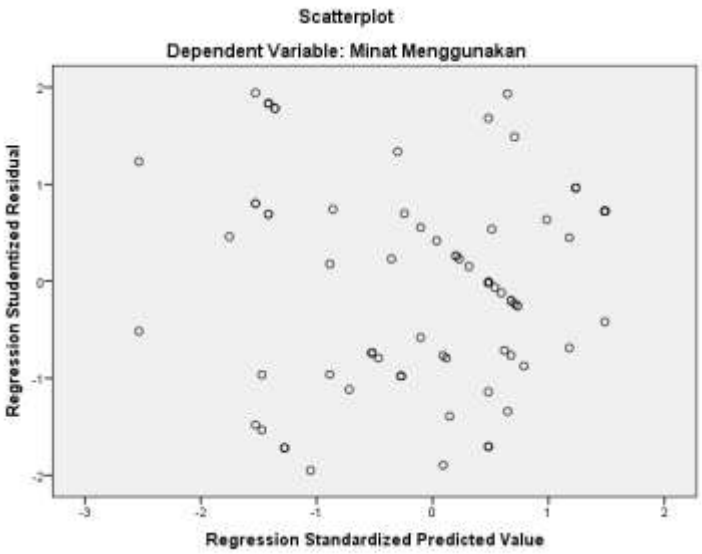
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Manfaat	.327	3.057
	Persepsi Kemudahan	.327	3.057

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji multikolinearitas pada variabel Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) dapat dijelaskan bahwa nilai *tolerance* adalah 0,327, sementara nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah 3,057. Nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas yang signifikan untuk variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

Untuk uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatterplot* dan Uji Glejser seperti pada gambar



berikut:

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*

Titik-titik pada grafik scatter plot tersebar di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.490	.955		3.656	.000
	Persepsi Manfaat (X1)	-.065	.044	-.241	-1.457	.148
	Persepsi Kemudahan (X2)	-.427	.538	-.132	-.794	.429

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel diatas, variabel Persepsi Manfaat (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,148 dan variabel Persepsi Kemudahan (X2) sebesar 0,429, di mana kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi

Uji Hipotesis t (Parsial) dan Koefisien Regresi

Hasil analisis regresi berganda untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Berganda dan Hipotesis t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.589	1.687		.942	.349
	Persepsi Manfaat (X1)	.176	.078	.301	2.249	.027
	Persepsi Kemudahan (X2)	2.743	.951	.386	2.884	.005

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda, yaitu Minat Menggunakan = 1,589 + 0,176 Persepsi Manfaat + 2,743 Persepsi Kemudahan, dimana nilai konstanta 1,589 menunjukkan minat menggunakan aplikasi saat persepsi manfaat dan persepsi kemudahan bernilai 0. Koefisien persepsi manfaat sebesar 0,176 dengan nilai p-value 0,027 < 0,05 dan t hitung 2,249 > t tabel 1,985 membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi. Sedangkan koefisien persepsi kemudahan sebesar 2,743 dengan nilai p-value 0,005 < 0,05 dan t hitung 2,884 > t tabel 1,985 membuktikan persepsi kemudahan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi.

Uji Hipotesis F (Simultan) dan Koefisien Determinasi

Kedua pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap minat menggunakan serta mengukur seberapa besar kontribusi oleh kedua variabel ini.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656[a]	.431	.419	1.870

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Manfaat (X1)

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesis F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.736	2	128.368	36.702	.000[b]
	Residual	339.264	97	3.498		
	Total	596.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Manfaat (X1)

Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,419 menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan mampu menjelaskan 41,9% variasi minat penggunaan, sedangkan 58,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Pengujian secara simultan (*uji F*) menghasilkan nilai F hitung 36,702 > F tabel 3,090, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dinyatakan bahwa Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile oleh pelanggan PLN pascabayar.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN Matangglumpangdua

Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi PLN Mobile pada pelanggan pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakan aplikasi dalam memperoleh layanan kelistrikan.

Kondisi tersebut selaras dengan Model TAM yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama dalam membentuk niat individu untuk mengadopsi suatu teknologi. Dalam konteks penelitian ini, pelanggan memandang PLN

Mobile mampu memberikan kemudahan akses layanan, mempercepat proses pembayaran, serta meningkatkan efisiensi dalam memperoleh informasi dan layanan kelistrikan.

Hasil tersebut juga mendukung penelitian Muhammad Ilham dan Zarnelly (2021) yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi PLN Mobile, serta penelitian Bambang Irawan S. dan Joy Nashar Utamajaya (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN Matangglumpangdua

Persepsi kemudahan penggunaan juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi PLN Mobile. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mempelajari, memahami, dan mengoperasikan aplikasi menjadi faktor penting yang mendorong pelanggan untuk memanfaatkan layanan digital.

Hasil tersebut sesuai dengan teori TAM yang menyatakan bahwa sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan sikap positif serta minat pengguna terhadap teknologi. Secara empiris, pelanggan lebih tertarik menggunakan PLN Mobile ketika proses transaksi berlangsung sederhana, antarmuka mudah dipahami, dan fitur dapat diakses tanpa hambatan yang berarti.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Ilham dan Zarnelly (2021) serta Bambang Irawan S. dan Joy Nashar Utamajaya (2024) yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penerimaan maupun kepuasan pengguna aplikasi PLN Mobile. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan Amir Hamzah dan Dedi Permana Irawan (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan aktual aplikasi. Perbedaan tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan variabel dependen yang digunakan, karakteristik responden, serta konteks wilayah penelitian.

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN Matangglumpangdua

Pengujian simultan menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara bersama-sama memengaruhi minat penggunaan aplikasi PLN Mobile. Hasil ini mengindikasikan bahwa keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan digital tidak hanya didasarkan pada satu faktor, melainkan merupakan kombinasi antara manfaat yang diperoleh dan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi.

Temuan tersebut konsisten dengan konsep TAM yang menempatkan kedua konstruk sebagai determinan utama dalam pembentukan niat perilaku pengguna terhadap suatu teknologi. Pada konteks layanan PLN Mobile, pelanggan menunjukkan minat yang lebih tinggi ketika aplikasi mampu memberikan nilai tambah berupa efisiensi waktu, kemudahan akses layanan, serta sistem yang sederhana dan mudah dipahami.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ilham dan Zarnelly (2021) serta Andi Angga Saputra Batara, Muhammad Yusuf Saleh, dan Firman Menne (2025) yang menemukan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan memberikan pengaruh positif terhadap penerimaan maupun kepuasan pengguna layanan PLN Mobile.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi PT PLN untuk mengembangkan strategi peningkatan penggunaan PLN Mobile melalui penguatan manfaat yang dirasakan pelanggan, penyederhanaan antarmuka aplikasi, serta peningkatan sosialisasi mengenai fitur-fitur yang tersedia sehingga adopsi layanan digital dapat semakin optimal.

Simpulan (*Conclusion*)

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua adalah sebagai berikut.

1) Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua.

2) Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua.
3) Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi PLN Mobile pada Pelanggan Pascabayar di wilayah PLN ULP Matangglumpangdua.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan bagi PT PLN ULP Matangglumpangdua untuk memperkuat strategi pengembangan layanan digital melalui peningkatan manfaat yang dirasakan pelanggan, penyederhanaan antarmuka aplikasi, serta optimalisasi sosialisasi fitur-fitur PLN Mobile guna meningkatkan tingkat adopsi dan penggunaan secara berkelanjutan.
Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menguji dua variabel independen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 41,9%, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan aplikasi PLN Mobile. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel seperti kepercayaan, persepsi risiko, pengaruh sosial, kualitas sistem, atau gaya hidup digital, serta memperluas cakupan wilayah penelitian dan jumlah responden agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi layanan digital pada sektor utilitas publik.

Daftar Pustaka (*References*)

1) Adelia, P., Syahbudi, M., & Daulay, A. N. (2025). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada E-commerce (Studi Kasus: UMKM Kecamatan Medan Tuntungan). *Journal of Economics and Management Scienties*, *7*(4), 688–695. https://doi.org/10.37034/jems.v7i4.205
2) Angga, A., Batara, S., Saleh, M. Y., & Menne, F. (2025). Kualitas Sistem Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Kendari. *Indonesian Journal of Business and Management*, *8*(1), 238–243.

https://doi.org/10.35965/jbm.v8i1.7725

3) APJII. (2025). *Profil Internet Indonesia & Segmentasi Pasar ISP Tahun 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. https://survei.apjii.or.id
4) Chen, X., Jiang, L., Zhou, Z., & Li, D. (2025). Impact of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness of Humanoid Robots on Students ' Intention to Use. *Acta Psychologica*, *258*, 105217. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105217
5) DataReportal. (2025). *Digital Around The World*. Datareportal.Com. https://datareportal.com/global-digital-overview
6) Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340.
7) Farmania, A., & Elsyah, R. D. (2022). The Phenomenon Of E-Wallet Usage in Indonesia Based on The Theory Of Technology Acceptance Model. *The 5th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 487–496.
8) Febyola, Usman, E., & Ramadhan, M. I. (2025). Pemanfaatan Aplikasi PLN Mobile Sebagai Media Komunikasi Digital untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan Studi Kasus Di PLN ULP Kolaka. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(1), 1621–1627.
9) Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*.
10) Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
11) Hamzah, A., & Irawan, D. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi PLN Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi*, *5*(2), 215–227.
12) Hantono, Tjong, W., & Jony. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Intention To Use Dengan Kinerja Sebagai Variabel Moderasi Dalam Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, *7*(2), 1815–1830.
13) Ilham, M., & Zarnelly, Z. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi PLN Mobile Menggunakan

Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, *7*(1), 58–62.

14) Irawan, B., & Utamajaya, J. N. (2024). Analisis Kepuasaan penggunaan aplikasi PLN Mobile di Samboja dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Informatika UNIKA Santo Thomas*, 204–208.
15) Lee, S. S., & Wella, W. (2018). Analisis Technology Acceptance Model Penggunaan E-Learning pada Mahasiswa: Universitas Multimedia Nusantara. *Ultima InfoSys: Jurnal Ilmu Sistem Informasi*, *9*(2), 70–78.
16) Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). In *Technology Adoption A Conceptual Framework* (1st ed., pp. 31–50). Yayasan Pendidikan Philadelphia.
17) Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F. (2020). *Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 8 (2), 143*.
18) PT PLN (Persero). (2025). *AP2T PT PLN*. https://ap2t.pln.co.id/ap2t/Login.aspx
19) Rachman, A. I., & Umniati, N. (2025). Analisis Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Aplikasi Segari dengan Attitude toward Using sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, *10*(1), 45–60. https://doi.org/10.29407/nusamba.v10i1.22199
20) Robbie, R., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan terhadap Penggunaan Nyata dengan Minat Penggunaan sebagai Variabel Mediasi pada Masyarakat Generasi X dalam Menggunakan Sistem Electronic Money DANA. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *5*(6), 578–582.
21) Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (Issue Twelfth Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
22) Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA, cv.
23) Syafika, Y. Z., & Antonio, G. R. (2024). Impacts of the Technology Acceptance Model (TAM)

on the Use of the TikTok E-Commerce Application among Indonesian Students. *UTSAHA: Journal of Enterpreneurship*, *3*(2), 47–64.

24) Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan pelanggan: Konsep, pengukuran, dan strategi*. Andi Offset.

25) Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (1st ed.). CV. Seribu Bintang.